mediadidact:
Deutscher Fachverlag GmbH · Mainzer Landstraße 251 · 60326 Frankfurt am Main · www.mediadidact.de

MARKENLEHRBRIEF

Fairer Handel

Ein Markenlehrbrief der
Mediadidact
Deutscher Fachverlag GmbH
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main
Tel.: +49 69 7595-2212
Fax: +49 69 7595-2210
info@mediadidact.de
www.mediadidact.de
Ein Fachbereich der dfv Mediengruppe

In Zusammenarbeit mit
TransFair – Verein zur Förderung des Fairen Handels mit der „Dritten Welt" e.V.
Remigiusstraße 21
50937 Köln-Sülz
Tel.: +49 221 942040-0
Fax: +49 221 942040-40
info@fairtrade-deutschland.de
www.fairtrade-deutschland.de

Verlagsleitung:
Oliver Peik

Redaktionelle Leitung:
Bernd Nusser

Grafische Gestaltung:
Deutscher Fachverlag, Harald Klein

3. Auflage 2015

Bildnachweis:
Barcoo (Seite 15_2)
Fairtrade International (Cover: Nathalie Bertrams)
Lebensmittel Zeitung direkt (Seiten 6_1, 7_3: Santiago Engelhardt; 6_2; 7_2: Anestis Aslanidis)
TransFair (Seiten 3; 8: Nathalie Bertrams; 12: B. Dünkelmann; 14; 15_1; 16; 17; 19: Hartmut Fiebig; 20, 23: Miriam Ersch)

MARKTDATEN
Unaufhaltsamer Trend 4

WARENWISSEN
So funktioniert der Faire Handel 6
Zum Wohle des Klimas 8
Die Fairtrade-Welt 10
Breites Sortiment: Food und Non-Food ... 12

POS-PRAXIS
Lebensmittelhandel profitiert 14
„Frühstück" und „Faire Woche" 16

GASTRO-PRAXIS
Außer-Haus-Markt:
wichtiges Standbein 18

GUT ZU WISSEN
Das fragen Ihre Kunden 20

TRAINING
Abschlusstest 1 21
Abschlusstest 2 22

Lexikon 23

Durch Scannen des QR-Codes gelangen Sie direkt zur Online-Version dieses Markenlehrbriefes.

Muster

Wussten Sie eigentlich, …

… dass beim „Fairen Handel" die Menschen in den südlichen Erdteilen im Mittelpunkt stehen? Die Gefährdung menschlicher Existenz durch ungleiche Verteilung von Reichtum und Lebenschancen, Hunger, Armut und Krankheiten sind eine Folge der achtlosen Produktion und des sorglosen Verbrauchs von Gütern auf der Erde. Damit einher geht zudem die Schädigung der Umwelt und Klimaveränderungen. Ein „weiter so" kann es deshalb nicht geben. Es sind Lösungen erforderlich.

Beim „Fairen Handel" stehen die Menschen in den südlichen Erdteilen im Mittelpunkt.

Der Faire Handel verbindet Konsumenten und Produzenten auf den globalen Märkten und zeigt die Gesichter und Geschichten hinter den Produkten.

Der Verein TransFair e.V. wurde 1992 mit dem Ziel gegründet, benachteiligte Produzentengruppen in Entwicklungsländern durch die Vergabe des Fairtrade-Siegels für fair gehandelte Produkte zu unterstützen. Fairtrade fördert gezielt Kleinbauernorganisationen und Arbeiter und Arbeiterinnen auf Plantagen und stärkt ihre Position auf dem Weltmarkt, sodass sie ihre Lebenssituation aus eigener Kraft verbessern können und somit langfristig die Armut im Süden abgebaut wird. Gleichzeitig engagiert sich Fairtrade aktiv gegen die negativen Auswirkungen des Klimawandels und hilft den Kleinbauern, sich so gut wie möglich an die Entwicklung anzupassen.

Beim Fairen Handel geht es also um Minderung der Armut im Süden und gerechtere Handelsstrukturen beziehungsweise einen gerechten Welthandel. Das kann nur erreicht werden, wenn ökonomische Sicherheit, ökologische Rücksichtnahme und soziale Gerechtigkeit gleichrangig angestrebt werden.

Immer mehr Verbraucher erkennen diese Zusammenhänge und ändern ihr Konsumverhalten. Fair gehandelte Produkte gewinnen im deutschen Handel zunehmend an Bedeutung. In diesem Markenlehrbrief erfahren Sie kompakt und kompetent alles Wissenswerte zu diesem unumkehrbaren Trend. Viel Spaß beim Lesen und Lernen.

Ihr TransFair-Team

Unaufhaltsamer Trend

Deutsche Konsumenten wollen ganz offensichtlich besonders nachhaltig einkaufen. Allein hierzulande wurden 2014 geschätzte 827 Millionen Euro mit Fairtrade-gesiegelter Ware umgesetzt (siehe Grafik unten). Ein Plus von circa 173 Millionen Euro oder 26 Prozent gegenüber 2013. Damit gibt jeder Bundesbürger pro Jahr im Schnitt zehn Euro für Fairtrade-Produkte aus. Die Steigerungsraten sind seit Jahren beeindruckend und verdeutlichen den unaufhaltsamen Trend.

42.000 Verkaufsstellen

Die wachsende Vielfalt des Sortiments, insbesondere durch eine verstärkte faire Eigenmarkenpolitik des Handels sowie bundesweit 42.000 Verkaufsstellen tragen zum Erfolg bei. Diese positive Entwicklung kommt vor allem den Bauern und Arbeitern in Afrika, Südamerika und Asien zugute, die durch den Kauf von Fairtrade-Produkten durch deutsche Verbraucher, von höheren Einnahmen und besseren Arbeits- sowie Lebensbedingungen profitieren. Allein über den deutschen Markt erzielten sie 2014 Fairtrade-Prämieneinnahmen in Höhe von 12,3 Millionen Euro.

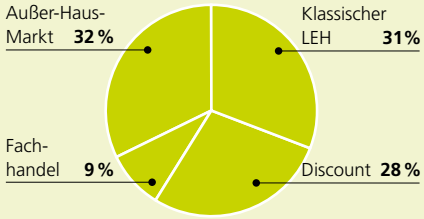
Mit etwas mehr als 16.500 Tonnen (plus 18 Prozent) bleibt Kaffee der Star im Fairtrade-Angebot. Daneben sind besonders Blumen im Handel gefragt. Rund 336 Millionen Stiele wurden verkauft – 4 Prozent mehr als im Vorjahr.

Eine besonders dynamische Entwicklung erlebt auch fair gehandelte Eiscreme. Der Absatz hat sich binnen eines Jahres um15 Prozent auf mehr als 4.660 Tonnen gesteigert.

Weitere Informationen zu den Fairtrade-Produkten finden Sie auf den Seiten 12 und 13.

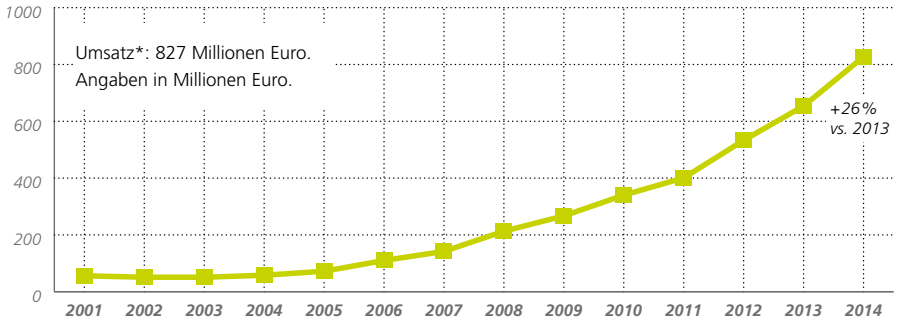
Absatzkanäle für Fairtrade-Produkte

68 Prozent der Konsumenten kaufen Fairtrade-Produkte im Lebensmitteleinzel-, oder Fachhandel. Angaben in Prozent.



Auf Basis von Umsatzzahlen 2014; Fachhandel = Textil-, Möbel-, Blumen- und Naturkosthandel sowie Weltläden. Quelle: TransFair e.V.

Umsatz von Fairtrade-zertifizierten Produkten in Deutschland



** auf Basis von durchschnittlichen Endverbraucherpreisen*

Quelle: TransFair.

Was bedeutet TransFair?

Der Verein TransFair e.V. wurde 1992 mit dem Ziel gegründet, benachteiligte Produzentengruppen in Entwicklungsländern durch die Vergabe des Fairtrade-Siegels für fair gehandelte Produkte zu unterstützen. Als unabhängige Organisation handelt TransFair nicht selbst mit Waren, sondern vergibt das Fairtrade-Siegel für fair gehandelte Produkte. Inzwischen bieten rund 42.000 Supermärkte, Bio- und Weltläden rund 3.000 verschiedene Fairtrade-Produkte an. In mehr als 20.000 gastronomischen Einrichtungen werden Fairtrade-Produkte angeboten. Weitere Informationen unter:

www.fairtrade-deutschland.de
www.facebook.com/fairtrade-deutschland
www.fairtrade-towns.de

Fairtrade-Siegel: Bekanntheit und Vertrauen

8 von 10 Konsumenten in Deutschland kennen das Fairtrade-Siegel.

95 Prozent der Käufer vertrauen ihm.

Quelle: Globe Scan 2015.

?

WIE ENTWICKELT SICH DIE NACHFRAGE NACH FAIR GEHANDELTEN PRODUKTEN?

- ○ Sinkt
- ○ Bleibt gleich
- ○ Steigt

Der Bauer liefert seine Ernte, hier Bananen, …

… zu seiner kontrollierten Kooperative, die …

… durch den Importeur den höheren Fairtrade-Preis erhält.

Auch die deutschen Konsumenten zahlen einen höheren Preis …

… durch den Kauf können die Lebensbedingungen in den Anbauländern verbessert werden.

So funktioniert der Faire Handel

Bauernfamilien und Plantagenangestellte in Afrika, Lateinamerika und Asien leben unter dem Druck des Weltmarktes, der schwankenden Preise und des ausbeuterischen lokalen Zwischenhandels. Die Folgen reichen von Verschuldung über Arbeitslosigkeit bis zu Verelendung. Alternativen zur angestammten Produktion gibt es häufig nur wenige und diese beinhalten leider auch Drogenanbau, Prostitution, Kinderarbeit, Flucht in die Elendsviertel der Großstädte oder Emigration.

Produzentenorganisationen in diesen Entwicklungsländern erhalten durch Fairtrade-Standards (siehe Kasten) die Möglichkeit, ihre Dörfer und Familien aus eigener Kraft zu stärken und ihre Lebens- und Arbeitsbedingungen nachhaltig zu verbessern. Fairtrade-zertifizierte Kleinbauernkooperativen beziehen für ihre Produkte ein stabiles Einkommen. Fairtrade ermöglicht Kleinbauern aus benachteiligten Regionen des Südens den Marktzugang in den Norden und fördert langfristige und möglichst direkte Handelsbeziehungen. Angestellte auf Plantagen bekommen im Minimum den gesetzlichen Mindestlohn und profitieren unter anderem von der Fairtrade-Prämie, Schutzkleidung, bezahltem Urlaub und sozialer Vorsorge. Ausbeuterische Kinderarbeit ist verboten.

Fairtrade führt nachweislich zu höheren und stabileren Einkommen für die Produzenten und wirkt sich positiv für die ländliche Entwicklung der jeweiligen Regionen aus (Wirkungsstudie Fairtrade, CEval, Centrum für Evaluation der Universität Saarbrücken 2012).

Rund 1,5 Millionen Menschen in 74 Ländern sind in das Fairtrade-System eingebunden. 1.210 Produzentenorganisationen profitieren vom Fairen Handel mit dem Fairtrade-Siegel.

Kontrolle und Zertifizierung

Die Zertifizierungsgesellschaft FLOCERT überprüft in den Ländern vor Ort, ob bei Produzenten und Händlern die sozialen, ökonomischen und ökologischen Fairtrade-Standards erfüllt werden.

Fairer Handel(n) wirkt

Der Faire Handel ist ein wirkungsvolles Instrument der Armutsbekämpfung. Die Standards beinhalten unter anderem:

Faire Preise
Feste Mindestpreise dienen als Sicherheitsnetz gegen Preiseinbrüche.

Fairtrade-Prämie
Die Zahlung der Fairtrade-Prämie für Gemeinschaftsprojekte, Infrastruktur und Bildung ermöglicht zum Beispiel den Bau von Schulen und Gesundheitszentren.

Verbot von ausbeuterischer Kinderarbeit
Kindern wird der Schulbesuch und damit eine positive Zukunftsperspektive ermöglicht.

Umweltschutz und Bio
Umweltschonende und nachhaltige Produktionsmethoden werden besonders gefördert und feste Preisaufschläge für biologischen Anbau gezahlt.

!

WIE ENTWICKELT SICH DIE NACHFRAGE NACH FAIR GEHANDELTEN PRODUKTEN?

- [x] Steigt

?

WAS IST NACH DEN FAIRTRADE-STANDARDS VERBOTEN?

- [ ] Mittagspause
- [ ] Kinderarbeit
- [ ] Urlaub

Zum Wohle des Klimas

Der Klimawandel hat längst begonnen. Insbesondere als Folge des Ausstoßes von Kohlendioxid ist die Temperatur weltweit gestiegen. Seit über 100 Jahren ist der Verbrauch von Kohle, Erdöl und Erdgas stark angestiegen. Dadurch wird Kohlendioxid ausgestoßen, das – ebenso wie das durch Land und Viehwirtschaft verursachte Methan – zu einer Verstärkung des natürlichen Treibhauseffekts führt.
Zudem trägt die Rodung von Wäldern, insbesondere die großflächige Abholzung der tropischen Regenwälder, zum Anstieg der Treibhausgase bei, da Pflanzen Kohlendioxid in ihrer Biomasse speichern und dieses bei der Vernichtung der Wälder wieder freigesetzt wird.

Erwartet werden sowohl Ernteausfälle und Waldbrände als auch immer extremere Wetterbedingungen wie Hitzewellen, Dürreperioden, aber auch veränderte Niederschlagsverhältnisse und erhöhte Überflutungsrisiken. Menschen werden ihre Heimat verlieren; Tier und Pflanzenarten verschwinden. Veränderungen des Klimas machen sich schon jetzt in Ländern des Südens bemerkbar und treffen dort insbesondere Kleinbauernfamilien und ihre Gemeinden. Fairtrade ist auch hier aktiv, um benachteiligte Produzenten dabei zu unterstützen, sich an den Klimawandel anzupassen und dessen Auswirkungen unter Anwendung nachhaltiger Anbaumethoden abzumildern.

Zum einen können Bauern, die in Kooperativen organisiert und in Netzwerke eingebunden sind, wesentlich besser auf die Folgen des Klimawandels reagieren. Sie tauschen sich regelmäßig aus, profitieren von Erfahrungen der anderen und bekommen überdies fachliche Unterstützung von Fairtrade.

Zum anderen, haben sich die Kooperativen verpflichtet, keinen Raubbau an der Natur zu betreiben. Im Gegenteil: Sie setzen auf Wiederaufforstung oder reduzieren durch Agroforstwirtschaft und ganzheitliche Anbaumethoden den Düngemitteleinsatz und sparen dadurch Emissionen ein.

Maßnahmen zur Anpassung an die sich ändernden Bedingungen sowie die Vermeidung von CO_2-Emissionen sind die grundlegenden Bausteine im Kampf gegen den Klimawandel. Der Fairtrade Klima Standard, entwickelt von Fairtrade und der Gold Standard Foundation, zielt darauf ab, dass Produzentenorganisationen und Gemeinden im globalen Süden nachhaltig von Klimaschutzprojekten profitieren. Durch diese Maßnahmen reduzieren Produzentenorganisationen oder Gemeinden CO_2-Emissionen, die in Form von CO_2-Zertifikaten, den Fairtrade Carbon Credits, auf dem freiwilligen Emissionsmarkt gehandelt werden. Fairtrade-Mindestpreis und -Prämie ermöglichen dann zusätzliche Investitionen in Klimaanpassungsprojekte, zum Beispiel Pflanzung junger Baumschösslinge zum Erosionsschutz und zur Wiederaufforstung.

Zudem werden auch Unternehmen im Norden aufgefordert, ebenfalls ihre Emissionen zu reduzieren und haben die Möglichkeit CO_2-Emissionen auf Unternehmensebene oder innerhalb Ihrer eigenen Fairtrade-Wertschöpfungskette zu kompensieren.

Bio-Förderung

Eine nachhaltige Entwicklung ist nur innerhalb eines funktionierenden Ökosystems möglich. Deshalb gibt es bei Fairtrade neben den sozialen und ökonomischen Kriterien auch ebenso strenge für die Umwelt. Mittlerweile beziehen sich etwa ein Drittel aller Kriterien der Faitrade-Standards auf eine umweltschonende Produktion. Dazu gehört auch die gezielte Förderung der Umstellung auf biologischen Anbau durch höhere Mindestpreise und Bio-Zuschläge. Rund 80 Prozent aller in Deutschland verkauften Fairtrade-Produkte tragen bereits das EU-Bio-Siegel.

!

WAS IST NACH DEN FAIRTRADE-STANDARDS VERBOTEN?

- [x] Kinderarbeit

?

WIE VIEL PROZENT DER FAIRTRADE-PRODUKTE TRAGEN DAS BIO-SIEGEL?

- ( ) 25
- ( ) 45
- ( ) 80

Die Fairtrade-Welt

Derzeit arbeiten rund 1.210 Produzentenorganisationen weltweit mit den Fairtrade-Standards. Für bestimmte Produkte wie beispielsweise Kaffee, Kakao, Baumwolle und Zucker, zertifiziert Fairtrade ausschließlich Kleinbauernorganisationen. Plantagen und Unternehmen können über Fairtrade verkaufen, wenn die Arbeiter demokratisch organisiert sind und von Fairtrade profitieren. 86,5 Prozent der Produkte stammen von Kleinbauernorganisationen und 13,5 Prozent von Plantagen. Als einziges Standardsystem sind die Produzentenorganisationen gleichberechtigte Teilhaber am Fairtrade-System und mit 50 Prozent Stimmanteil in allen wichtigen Entscheidungsgremien und internationalen Komitees gleichberechtigt beteiligt. Sie sind Akteure und Gestalter des Fairen Handels und nicht lediglich „Empfänger". Die Weltkarte zeigt, was in welchen Ländern angebaut wird.

Wichtigste Produkte/Erzeugerländer für Deutschland

Bananen
1 Peru
2 Dom. Rep.
3 Ecuador

Kaffee
1 Honduras
2 Peru
3 Tansania

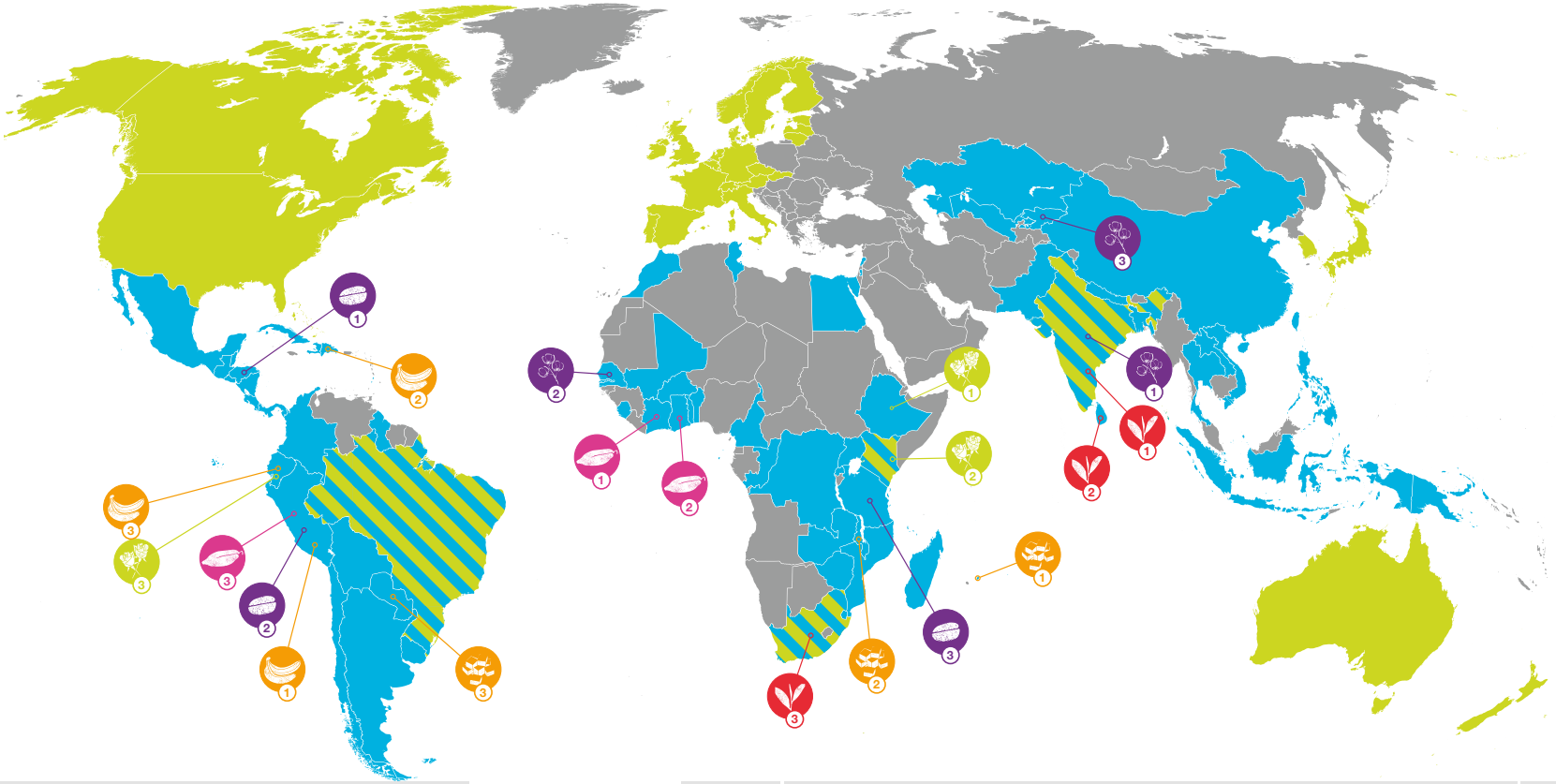
Blumen
1 Äthiopien
2 Kenia
3 Ecuador

Kakao
1 Elfenbeinküste
2 Ghana
3 Peru

Baumwolle
1 Indien
2 Senegal
3 Kirgistan

Zucker
1 Mauritius
2 Malawi
3 Paraguay

Tee
1 Indien
2 Sri Lanka
3 Südafrika



Nationale Fairtrade-Organisation

Fairtrade-Produzentenland

Fairtrade-Produzentenland und Fairtrade-Marketingorganisation

WIE VIEL PROZENT DER FAIRTRADE-PRODUKTE TRAGEN DAS BIO-SIEGEL?

- [x] 80

WIE VIEL PROZENT DER FAIRTRADE-PRODUKTE STAMMEN VON KLEINBAUERN?

- [ ] 30
- [ ] 86,5
- [ ] 7

Breites Sortiment: Food und Non-Food

Ein breites Fairtrade-Angebot in 22 Produktkategorien stärkt die Sortimentskompetenz und schafft Differenzierungsmöglichkeiten.

Hier die wichtigsten Warengruppen im Überblick:

Kaffee: Fairer Kaffee ist das umsatzstärkste Produkt, wuchs 2014 um 18 Prozent (siehe Seite 5) und ist nun flächendeckend im Lebensmitteleinzelhandel erhältlich. 23 Prozent des gesamten LEH-Umsatzes mit Fairtrade-Produkten entfallen auf Kaffee. Absatzstark sind dabei auch Fairtrade-Kaffees, die unter Eigenmarken der Handelspartner verkauft werden. Ein Viertel des Fairtrade-Kaffees wird in der Gastronomie (siehe Seiten 18 und 19) ausgeschenkt, ebenfalls 18 Prozent mehr als im Vorjahr.

Blumen: Mit einem Marktanteil von knapp 20 Prozent hat sich Deutschland an die Weltspitze des Fairen Handels mit Rosen katapultiert. Ausschlaggebend für die Verdreifachung der Absätze ist der Verkauf von Rosen im Lebensmitteleinzelhandel und im Discount.

Bananen: Mit mehr als 51.000 Tonnen und einem Marktanteil von 8,2 Prozent erzielten Bananen einen neuen Absatzrekord. Jede dritte Bio-Banane ist inzwischen Fairtrade-zertifiziert. Neben guten Verkäufen bei bestehenden Partnern führten Neulistungen zu dem starken Wachstum.

Schokolade: „Die Gute Schokolade" von der Initiative Plant-for-the-Planet präsentiert sich als starkes Neuprodukt. Aber auch das Engagement durch Handelseigenmarken wächst stetig.

Eiscreme: Fairtrade-Eis hat sich zum vielgeliebten Trendprodukt entwickelt. Hervorzuheben ist die Marke Ben & Jerry's, die ihr Gesamtsortiment auf Fairtrade umgestellt hat und sowohl den Einzelhandel als auch die Gastronomie bedient.

Fruchtsaft: 2014 wurden rund zehn Millionen Liter fairer Fruchtsaft getrunken, das sind 45 Prozent mehr als im Vorjahr.

Tee: 2014 wurden rund 200 Tonnen Fairtrade-Tee getrunken, davon 79 Prozent in Bio-Qualität. Teekanne und Lidl sind die größten Anbieter. ChaDó ist mit 40 Teesorten im Bio-Fachhandel präsent.

Reis: Mit einem Absatzvolumen von 790 Tonnen war das weiße Korn 2014 erstmalig im klassischen Lebensmitteleinzelhandel breit verfügbar.

Wein: Im Jahr 2014 wurden in Deutschland fast eine Million Liter Fairtrade-Wein getrunken. Er kommt aus Südafrika, Argentinien und Chile.

Süßwaren: Der Bereich Süßwaren verzeichnete ein Absatzplus von einem Prozent im Vergleich zum Vorjahr. In diese Kategorien fallen Gebäck, Fruchtgummi, Brotaufstriche, Müsli oder Desserts.

Textilien: Baumwolle wird zu einem großen Teil im globalen Süden angebaut. Der Baumwollpreis wird allerdings durch Subventionen der nördlichen Produktionsländer künstlich tiefgehalten – zum Nachteil der Produzenten im Süden, die keine Subventionen bekommen. 2014 wurden in Deutschland mehr als 7,8 Millionen Textil-Einzelstücke aus Fairtrade-zertifizierter Baumwolle verkauft. Die Produkte stammen aus Indien, Mali, Burkina Faso, Senegal oder Benin.

FAIRTRADE Certified Cotton

Zucker: Die Menge des in Deutschland verkauften Zuckers mit Fairtrade-Siegel stieg 2014 um 34 Prozent auf mehr als 3.520 Tonnen.

Weitere Informationen unter:
www.fairtrade-deutschland.de/produktfinder

!

WIE VIEL PROZENT DER FAIRTRADE-PRODUKTE STAMMEN VON KLEINBAUERN?

- [x] 86,5

?

WELCHES IST DAS UMSATZSTÄRKSTE FAIRTRADE-PRODUKT?

- ( ) Eiscreme
- ( ) Bananen
- ( ) Kaffee

Lebensmittelhandel profitiert

Fairtrade ist das einzige Zertifizierungssystem mit dem Ziel, Armut zu bekämpfen und die Produzenten in den Entwicklungsländern zu stärken. Das internationale Fairtrade-Siegel ist das bekannteste Sozialsiegel weltweit. In Deutschland liegt der Bekanntheitsgrad bei fast 83 Prozent, 95 Prozent der Käufer schenken dem Siegel ihr Vertrauen (Globe Scan Studie 2015).

Auch der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) kann von dieser Bewegung profitieren, wenn er buchstäblich Flagge zeigt und die Produkte mit dem Fairtrade-Siegel ins rechte Licht setzt. Das fördert nicht nur den Abverkauf, sondern auch das Ansehen des gesamten Marktes, der damit nachhaltiges und ethisches Handeln unter Beweis stellt.

Blickfang am Regal

Siegelstecker am Regal dienen als Blickfang und helfen Ihren Kunden, Fairtrade-Produkte schnell zu finden. Handzettelwerbung bringt Hintergrundinformationen zum Fairen Handel direkt zum Kunden. Layouts mit Themenbezug stehen ebenso zur Verfügung, wie Poster, Flyer und viele weitere POS-Materialien:
www.fairtrade-deutschland.de/leh

„Fairtrade-Schools“

Gezielt an Schüler und Lehrer wendet sich die Aktion „Fairtrade-Schools“. Um diesen Titel können sich Schulen bundesweit bewerben.
www.fairtrade-schools.de

Code sorgt für Durchblick

Viele Fairtrade-Produkte enthalten auf der Verpackung einen Zahlencode: den Fairtrade-Code. Den kann man auf www.fairtrade-deutschland.de eingeben, um die Produktionshintergründe zu erfahren. Auch eine Handy-App steht zum Scannen des Barcodes zur Verfügung.

„Fairtrade-Towns“

Die Kampagne „Fairtrade Towns“ bietet sowohl Bürgerinnen und Bürgern, als auch Einzelhändlern und Gastronomen die Möglichkeit, sich vor Ort für den Fairen Handel in ihrer Stadt, ihrem Kreis oder in ihrer Kommune zu engagieren.
www.fairtrade-towns.de

!

WELCHES IST DAS UMSATZSTÄRKSTE FAIRTRADE-PRODUKT?

- [x] Kaffee

?

WELCHES VORRANGIGE ZIEL VERFOLGT DAS FAIRTRADE-ZERTIFIZIERUNGSSYSTEM?

- [ ] Hohen Umsatz erwirtschaften
- [ ] Armut bekämpfen
- [ ] Viele Mitarbeiter beschäftigen

„Frühstück“ und „Faire Woche“

Eine gute Gelegenheit für Aktionen auf der Verkaufsfläche versprechen neben den Kampagnen „Fairtrade-Schools“ und „Fairtrade-Towns“ auch das alljährlich im Frühjahr organisierte „Fairtrade-Frühstück“ und die im September ausgerufene „Faire Woche“.

Die **Faire Woche** ist eine Aktion des Forums Fairer Handel. An rund 5.000 Veranstaltungstagen von Weltläden, Aktionsgruppen, Supermärkten, Kantinen und Einzelpersonen informieren sich fast eine Millionen Menschen über den Fairen Handel.

Aktionen im Markt

Viele Händler machen mit und führen Verkostungsaktionen durch. Organisiert wird die Teilnahme in aller Regel über die Handelszentralen, aber auch selbstständige Märkte können Aktionen auf die Beine stellen, wenn Sie diese Tipps beachten:

- Auf der TransFair-Internetseite www.fairtrade-deutschland.de/leh Promotionmaterialien bestellen. Mit Postern und dem bekannten Logo arbeiten.
- Ideale Verkostungsartikel sind laut TransFair Fruchtsäfte, Schokolade, Kaffee, Honig, Schokocremes. Bananen werden als Shakes gereicht. Wein eignet sich für spezielle Kundenabende.
- Aufmerksamkeit und Absatz steigen, wenn es für die Produkte auch Handzettel und Zweitplatzierungen gibt.
- Donnerstag bis Samstag sind die besten Tage für Aktionen. Genügend Ware ordern und einen prominenten Platz für den Probierstand auswählen.
- Im Regal geht der Trend eher zur Sortiments- als zur Blockplatzierung. Zur schnellen Orientierung das Logo daher in die Preisschiene stecken oder auffällige Regalstopper setzen.
- TransFair berät und unterstützt bei der Durchführung von POS-Aktionen.

Aktionen im Handel: Im Rahmen der alljährlich im September stattfinden „Fairen Wochen“...

... lassen sich Verkostungen sehr gut inszenieren.

!

WELCHES VORRANGIGE ZIEL VERFOLGT DAS FAIRTRADE-ZERTIFIZIERUNGSSYSTEM?

- [x] Armut bekämpfen

?

WANN SIND DIE BESTEN TAGE FÜR VERKOSTUNGSAKTIONEN?

- [ ] Immer montags
- [ ] Montags bis mittwochs
- [ ] Donnerstags bis samstags

Außer-Haus-Markt: wichtiges Standbein

Fairtrade-Produkte werden auch im Außer-Haus-Markt immer wichtiger und attraktiver. Seit 2004 hat sich der Absatz mehr als vervierfacht. Sie sollten in keinem Angebot und auf keiner Menükarte fehlen. Denn gerade im Außer-Haus-Markt steckt das Potenzial, Gäste mit der Kombination aus biologischen, regionalen und fairen Produkten für Genuss mit Verantwortung zu begeistern und sich in der Nachhaltigkeitsdebatte ganz vorn zu positionieren.

Die Gastronomie ist neben dem klassischen Lebensmitteleinzelhandel ein wichtiges Standbein für den Fairen Handel und hat sich als dynamischer Absatzmarkt etabliert. In Deutschland bieten 20.000 gastronomische Betriebe Fairtrade-Produkte an, darunter mehr als 3.500 Bäckereifilialen.

Kaffee, der Renner

Gut ein Drittel des in Deutschland verkauften Fairtrade-Kaffees geht in gastronomischen Betrieben wie Kantinen und Mensen, Bäckereien, Cafés oder Restaurants über die Theke. Kaffee ist schließlich das Lieblingsgetränk der Deutschen. Gut 150 Liter trinkt jeder im Durchschnitt pro Jahr, mehr als Mineralwasser oder Bier.

Breites Angebot

Für diese Bereiche stehen Fairtrade-Produkte zur Verfügung:

- Konditoreien
- Bäckereien
- Betriebskantinen
- Uni-Mensen
- Coffee-Shops
- Teeküchen
- Konferenzbewirtung
- Verkehrsgastronomie
- Systemgastronomie
- Hotellerie
- Schulverpflegung
- Handelsgastronomie
- Freizeitgastronomie
- Restaurants
- Catering
- Verkaufsautomaten
- To-go-Markt

Viele Produkte erhältlich

Neben Kaffee, Tee und Trinkschokoladen sind auch Reis, Gewürze, Zucker, Schokoladenriegel, Fruchtaufstrich und Honig als Portionsware, Wein, alkoholfreie Getränke, frische Früchte und Eiscreme im Außer-Haus-Markt in Fairtrade-Qualität erhältlich.

Zudem greifen Gastronomen aber auch hinter den Kulissen gerne zu Produkten wie Vorbindern, Tisch- und Bettwäsche und Handtüchern aus fair gehandelter Baumwolle.

Gut ein Drittel des in Deutschland verkauften Fairtrade-Kaffees geht in gastronomischen Betrieben über die Theke.

Und als Dekoration dürfen Fairtrade-Blumen natürlich nicht fehlen.
Ein entsprechender Einkaufsführer für Außer-Haus-Markt-Partner findet sich auf der Internetseite von Fairtrade Deutschland. Gastronomen mit Fairtrade-Angeboten können sich zudem auf der Fairtrade-Homepage registrieren und damit Kunden und Gäste auf sich aufmerksam machen.

www.fairtrade-deutschland.de/ahm

!

WANN SIND DIE BESTEN TAGE FÜR VERKOSTUNGSAKTIONEN?

- [x] Donnerstags bis samstags

?

WELCHES FAIRTRADE-PRODUKT HAT IN DER GASTRONOMIE BESONDERE BEDEUTUNG?

- [ ] Gewürze
- [ ] Frische Früchte
- [ ] Kaffee

Das fragen Ihre Kunden

Wie wird kontrolliert, dass die Fairtrade-Standards eingehalten werden?
Mit der Kontrolle ist die unabhängige Zertifizierungsgesellschaft FLO-Cert GmbH beauftragt. Sie überprüft, ob bei Produzenten, Händlern und Herstellern die Fairtrade-Standards eingehalten und die sozialen, ökonomischen und ökologischen Kriterien erfüllt werden. Sie kontrolliert auch die Auszahlung der Mindestpreise und Prämien an die Produzentenorganisationen.

Wie funktioniert Fairtrade bei Mischprodukten?
Damit ein Mischprodukt im Lebensmittelbereich das Fairtrade-Siegel tragen darf, müssen alle Zutaten, die als Fairtrade verfügbar sind, auch zu 100 Prozent Fairtrade sein. Der Anteil der Fairtrade-zertifizierten Zutaten muss mindestens 20 Prozent betragen. Nur Inhaltsstoffe, die es nicht Fairtrade-zertifiziert gibt – wie Milch, Eier oder Mehl – dürfen als konventionelle Waren verwendet werden.

Welcher Teil des Preises, den wir für Fairtrade-Produkte bezahlen, geht an die Produzenten?
Fairtrade-Mindestpreis und -Prämie verstehen sich nicht als bestimmter Prozentsatz des Endhandelspreises, der zwischen Produkthersteller und Einzelhandel ausgehandelt wird und den die Verbraucher im Laden bezahlen. Das Siegel steht dafür, dass die Produzentenorganisationen einen festgelegten Mindestpreis sowie eine Prämie zur Finanzierung von Gemeinschaftsprojekten erhalten. Die festgelegten Preise gelten für den Verkauf des Produktes von der Produzentenorganisation an das nächste Glied in der Handelskette (üblicherweise den Exporteur oder Importeur). Der Mindestpreis deckt die Kosten einer Produktion unter nachhaltiger Anbauweise.

Ist es nicht besser regional einzukaufen als Fairtrade zu unterstützen?
Fairtrade steht nicht in Konkurrenz mit der heimischen Landwirtschaft und konzentriert sich auf tropische Agrarprodukte, wie Kaffee und Bananen, die im gemäßigten Klima unserer Breitengrade nicht angebaut werden können.

!

WELCHES FAIRTRADE-PRODUKT HAT IN DER GASTRONOMIE BESONDERE BEDEUTUNG?

☑ Kaffee

Fairer Handel Abschlusstest 1

WOFÜR STEHT DAS FAIRTRADE-SIEGEL?

- ○ *Billiger Kaffee*
- ○ *Fair gehandelte Produkte* ✗
- ○ *Lebensmittel-TÜV*

WELCHES VORRANGIGE ZIEL VERFOLGT DAS FAIRTRADE-SYSTEM?

- ○ *Hohen Umsatz erwirtschaften*
- ○ *Viele Mitarbeiter beschäftigen*
- ○ *Armut bekämpfen* ✗

WIE HOCH WAR 2014 DER UMSATZ MIT FAIRTRADE-PRODUKTEN IN DEUTSCHLAND?

- ○ *8,27 Millionen Euro*
- ○ *82,7 Millionen Euro*
- ○ *827 Millionen Euro* ✗

WOMIT HILFT DER FAIRE HANDEL DEN PRODUZENTEN, PROJEKTE WIE DEN BAU EINER SCHULE ZU FINANZIEREN?

- ○ *Gar nicht*
- ○ *Mit der Fairtrade-Prämie* ✗
- ○ *Mit Spenden*

WAS BEINHALTEN DIE FAIRTRADE-STANDARDS?

- ○ *Prämie für Gemeinschaftsprojekte* ✗
- ○ *Kostenlose Krankenversicherung*
- ○ *Erlaubnis von Kinderarbeit*

WO SIND DIE FAIRTRADE-PRODUKTE ERHÄLTLICH?

- ○ *In speziellen Fairtrade-Läden* ✗
- ○ *In allen Bio- und Feinkostläden*
- ○ *In fast allen Supermärkten und in vielen gastronomischen Betrieben*

Zum Feststellen der richtigen Lösung diese Randlasche nach innen umklappen!

Fairer Handel Abschlusstest 2

WEN ZERTIFIZIERT FAIRTRADE HAUPTSÄCHLICH?

- ◯ *Große Plantagen*
- ✗ *Kleinbauernorganisationen*
- ◯ *Deutsche Fabrikanten*

WAS FINDET MAN NICHT IM FAIRTRADE-SORTIMENT?

- ◯ *Kaffee*
- ◯ *Rosen*
- ✗ *Milch*

WELCHE FRÜCHTE SIND DAS VERBREITESTE PRODUKT MIT FAIRTRADE-SIEGEL?

- ◯ *Äpfel*
- ◯ *Birnen*
- ✗ *Bananen*

WOHER KOMMEN DIE FAIRTRADE ROHSTOFFE?

- ◯ *Aus der ganzen Welt*
- ✗ *Aus Afrika, Asien und Lateinamerika*
- ◯ *Aus allen europäischen Ländern*

WIE STEHT FAIRTRADE ZUM BIO-SIEGEL?

- ✗ *Fairtrade und Bio schließen sich aus*
- ◯ *Fairtrade fördert umweltfreundliche Anbaumethoden*
- ◯ *Fairtrade-Produkte müssen immer biologisch angebaut sein*

WAS VERSTEHT MAN UNTER DER „FAIREN WOCHE"?

- ◯ *Aktion im Fußball, bei der es keine roten Karten geben darf*
- ✗ *Aktionstage im Herbst zur Unterstützung des Fairen Handels*
- ◯ *Urlaubswoche für Azubis im LEH*

Zum Feststellen der richtigen Lösung diese Randlasche nach innen umklappen!

Lexikon

Ethischer Konsum | Ethischer Konsum oder auch nachhaltiger Konsum ist Teil einer nachhaltigen Lebensweise und ein Verbraucherverhalten.

Fairtrade | Entspricht dem deutschen Begriff „Fairer Handel".

Fairer Handel | Bezeichnet das allgemeine, gerechte Verhalten beim Warenaustausch auf lokaler, regionaler, nationaler und internationaler Ebene. Gemeint ist also generell Handelsgerechtigkeit, die Themen wie Arbeiterrechte, Zölle oder Subventionen beinhaltet.

Fairtrade-Prämie | Die Fairtrade-Standards schreiben vor, dass alle Produzentengruppen eine Prämie erhalten, die dafür verwendet wird, gemeinschaftliche Projekte zu finanzieren, die der Allgemeinheit zu Gute kommen.

Fairtrade-Siegel | Das international anerkannte Siegel, das Produkte aus Fairem Handel auszeichnet, die nach den Standards der Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) gehandelt werden.

Fairtrade-Standards | Sind die Spielregeln des Fairtrade-Systems. Zu den Standards gehören zum Beispiel der Mindestpreis, die Prämie, das Verbot von Kinderarbeit oder bestimmte Umweltkriterien. Die Standards werden von der FLO entwickelt.

FLOCERT | Unabhängige Zertifizierungsgesellschaft mit Sitz in Bonn, die die Einhaltung der Fairtrade-Standards kontrolliert.

Industrieländer | Als Industriestaaten oder auch Industrieländer bezeichnet man allgemein technisch hoch entwickelte Staaten mit einer bedeutenden eigenen industriellen Produktion von Gütern.

Der Umsatz mit fair gehandelten Produkten wächst beständig.

NGO | Steht für „non-governmental organization" und bezeichnet eine nichtstaatliche Organisation, die weder auf Gewinn ausgerichtet, noch von staatlichen Stellen organisiert oder abhängig ist.

Produzentenkooperative | Hersteller im Fairtrade-System müssen demokratisch organisiert sein. Dies kann zum Beispiel in Form einer Kooperative (Genossenschaft) geschehen.

TransFair | Gemeinnütziger Verein mit dem Ziel, benachteiligte Produzentenfamilien in Afrika, Asien und Lateinamerika zu fördern und durch den Fairen Handel ihre Lebens- und Arbeitsbedingungen zu verbessern.